

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pembiayaan

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.¹

Menurut pasal 1 ayat 11 UU No. 10/1998 tentang perubahan UU No 7/1992 tentang perbankan, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat disamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga, imbalan atau bagi hasil.²

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³

¹ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), hlm. 2.

² Undang-Undang No.10 Pasal 1 ayat 11 tahun 1998 tentang Perbankan.

³ Zulkifly Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR, 2017), hlm. 9.

a. Fungsi dan Tujuan Pembiayaan

1) Fungsi Pembiayaan

Keberadaan prinsip bank syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis perbankan di Indonesia, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya :⁴

- a) Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan debitur.
- b) Membantu kaum dhuafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.
- c) Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dipermainkan oleh rentenir dengan membantu melalui pendanaan untuk usaha yang dilakukan.

2) Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pembiayaan tersebut harus dapat dinikmati oleh sebanyak-banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang industri, pertanian, dan perdagangan untuk menunjang kesempatan kerja dan

⁴ Muhammad Lathief Ilhami Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), hlm. 9.

menunjang produksi dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor.⁵

b. Macam-Macam Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai berbagai macam antara lain sebagai berikut :⁶

1) Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Yaitu modal lancar yang dipergunakan untuk mendukung operasional perusahaan sehari-hari sehingga perusahaan dapat beroperasi secara normal dan lancar.

2) Pembiayaan Investasi Syariah

Yang dimaksud dengan investasi adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan/keuntungan di kemudian hari, pada umumnya, pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah besar dan pengendapannya cukup lama. Oleh karena itu, perlu disusun proyeksi arus kas yang mencakup semua komponen biaya dan pendapatan sehingga akan dapat diketahui berapa dana yang tersedia setelah semua kewajiban terpenuhi. Setelah itu, barulah disusun jadwal amortisasi yang merupakan angsuran (pembayaran kembali) pembiayaan.⁷

3) Pembiayaan Konsumtif Syariah

Secara definitive, konsumsi adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang maupun jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan

⁵ *Ibid.*, hlm. 10

⁶ *Ibid.*, hlm. 4.

⁷ *Ibid.*, hlm. 5.

usaha. Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat dibagi menjadi lima (5) bagian, yaitu:⁸

- a) Pembiayaan konsumen akad *murabahah*.
- b) Pembiayaan konsumen akad IMBT.
- c) Pembiayaan konsumen akad *ijarah*.
- d) Pembiayaan konsumen akad *isthisna*’.
- e) Pembiayaan konsumen akad *qard+ijarah*.

c. Prinsip-Prinsip Pemberian Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan bank syariah bagian marketing harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Analisis pembiayaan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan sebagai acuan bagi bank syariah untuk meyakini kelayakan atas pemberian pembiayaan.⁹ Di dunia perbankan syariah prinsip penilaian dikenal dengan 5 C + 1 S , yaitu:¹⁰

- 1) *Character*, yaitu penilaian terhadap karakter atau kepribadian calon penerima pembiayaan dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa penerima pembiayaan dapat memenuhi
- 2) *Capacity*, yaitu penilaian kemampuan penerima pembiayaan untuk melakukan pembayaran. Kemampuan diukur dengan catatan prestasi

⁸ *Ibid.*, hlm. 8.

⁹ Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hlm. 313.

¹⁰ Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), hlm. 12-13.

penerima pembiayaan di masa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas sarana usahanya.

- 3) *Capital*, yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio finansial dan penekanan pada komposisi modalnya.
- 4) *Collateral*, yaitu jaminan yang dimiliki calon penerima pembiayaan. Penilaian ini bertujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu resiko kegagalan pembayaran terjadi, maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban.
- 5) *Condition*, Bank syariah harus melihat kondisi ekonomi yang terjadi di masyarakat secara spesifik melihat adanya keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon penerima pembiayaan.
- 6) *Syariah*, penilaian ini dilakukan untuk menegaskan bahwa usaha yang akan dibiayai benar-benar usaha yang tidak melanggar syariah sesuai dengan fatwa DSN.

2. Akad Murabahah

a. Pengertian Akad Murabahah

Secara bahasa, kata *murabahah* berasal dari bahasa Arab yaitu *rabaha*, *yurabihu*, *murabahatan* yang berarti untung atau menguntungkan. Secara istilah, menurut para ahli hukum Islam (*fuqaha*) pengertian *murabahah* adalah “*al-ba’i bira’sil maal wa ribhun ma’lum*” artinya jual beli dengan

harga pokok ditambah keuntungan yang diketahui. Sedangkan menurut Fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan *murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.¹¹ Jadi *murabahah* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam akad ini, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.¹²

Akad *murabahah* menurut Peraturan Bank Indonesia tentang Akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.¹³ Dalam istilah teknis perbankan syariah *murabahah* ini diartikan sebagai suatu perjanjian yang disepakati antara Bank Syariah dengan nasabah, dimana Bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank $= (\text{harga beli bank} + \text{margin keuntungan})$ pada waktu yang ditetapkan.¹⁴

¹¹ Fatwa DSN-MUI No. 4 Tahun 2000 Tentang Murabahah.

¹² Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016). Hlm. 24.

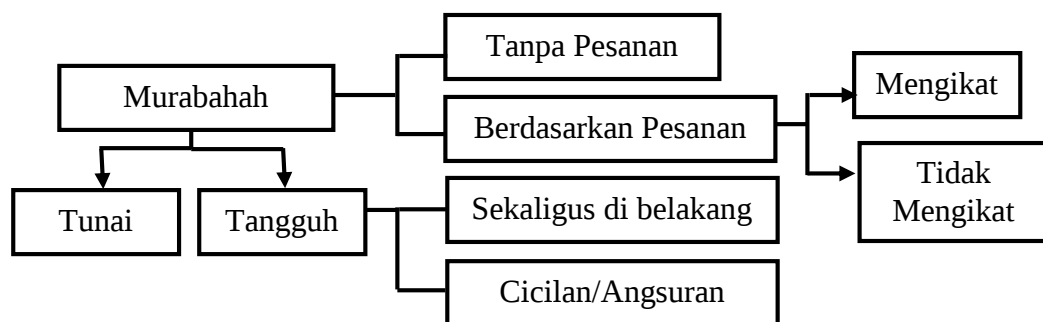
¹³ Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.

¹⁴ Binti Nur Aisyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia 2015) hlm. 223-224

Sebagaimana fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI), karakteristik pembiayaan *murabahah* berbeda dengan kredit yang terjadi pada perbankan konvensional. Diantaranya harga jual kredit kepada konsumen pada perbankan konvensional memakai tingkat bunga yang tergantung situasi pasar, sedangkan pada pembiayaan *murabahah*, tingkat keuntungan/*margin murabahah* (bila sudah terjadi ijab kabul) bersifat tetap, sehingga harga jual tidak boleh berubah. Jadi sejak awal perjanjian sampai dengan masa pelunasan, Bank Syariah tidak diperbolehkan mengubah harga yang telah diperjanjikan/diakadkan.¹⁵

b. Jenis-jenis Akad Murabahah

Transaksi jual beli dapat dilakukan dengan beberapa cara, dengan beberapa cara pembayarannya juga. *Murabahah* dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis *murabahah* sebagaimana diilustrasikan pada gambar berikut.¹⁶



Gambar 2.1 Jenis dan Alur *Murabahah*

¹⁵ *Ibid.*, hlm 224.

¹⁶ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), hlm. 171-174.

1) *Murabahah* dengan pesanan

Dalam *murabahah* jenis ini, pengadaan barang yang merupakan obyek jual beli, dilakukan atas dasar pesanan yang diterima (bank syariah sebagai penjual). Apabila tidak ada yang pesan maka tidak dilakukan pengadaan barang. Pengadaan barang sangat tergantung pada proses jual belinya. Hal ini dilakukan untuk menghindari persediaan barang yang menumpuk dan tidak efisien. Janji pemesan pembelian di dalam *murabahah* bisa bersifat mengikat dan bisa tidak mengikat. Bersifat mengikat, berarti pembeli harus membeli barang yang dipesannya dan tidak membatalkan pesannya. Sebaliknya, bersifat tidak mengikat ketika pembeli menolak untuk membeli barang yang telah dipesannya.

2) *Murabahah* tanpa pesanan.

Dalam *murabahah* jenis ini, pengadaan barang yang merupakan obyek jual beli dilakukan tanpa memperhatikan ada yang pesan atau tidak, ada yang akan membeli atau tidak, jika barang dagangan sudah menipis, penjual akan mencari tambahan barang dagangan. Pengadaan barang dilakukan atas dasar persediaan minimum yang harus dipelihara.

c. Landasan Hukum Akad *Murabahah*

Ayat-ayat Alquran yang secara umum memperbolehkan jual beli, diantaranya adalah firman Allah SWT :

1) Qs. Al-baqarah : 275

....وَأَحَلَّ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

“... dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (QS. Al-Baqarah (2) : 275).¹⁷

2) Qs. Al-baqarah : 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ...

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu” (QS. Al-Baqarah (2) : 198).¹⁸

3) Qs. An-Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ...

“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”. (Qs. An-Nisa (4) : 29).¹⁹

4) Hadits Nabi Muhammad SAW, Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah saw. Bersabda :

ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ : الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ, وَالْمُقَارَضَةُ, وَخَلْطُ الذَّرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لِالْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)
“Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan : jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (HR Ibnu Majah).²⁰

5) Kaidah Fiqih

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”²¹

¹⁷ Al-Qur'an dan Terjemah Tajwid Al-Qayyum, (Bandung : Galaxy, 2017), hlm. 47.

¹⁸ Ibid., hlm. 31.

¹⁹ Ibid., hlm. 83.

²⁰ Gustani, 2016, *Ayat dan Hadits Tentang Pembiayaan Murabahah*, www.syariahpedia.com

²¹ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta: KENCANA, 2017), hlm 129.

d. Syarat dan Rukun Murabahah

Sebagai bagian dari jual beli, maka pada dasarnya rukun dan syarat jual beli *murabahah* juga sama dengan rukun dan syarat jual beli secara umum. Adapun untuk rukun jual beli *murabahah* itu sendiri antara lain:²²

- 1) Penjual (*ba'i*)
 - a) Cakap menurut hukum
 - b) Tidak terpaksa
- 2) Pembeli (*musytari*)
 - a) Cakap menurut hukum
 - b) Tidak terpaksa
- 3) Barang/Objek (*mabi'*)
 - a) Barang tidak dilarang oleh syara'
 - b) Penyerahan barang dapat dilakukan
 - c) Hak milik penuh yang berakad
- 4) Harga (*tsaman*)
 - a) Memberitahukan harga pokok
 - b) Keuntungan yang telah disepakati
- 5) Ijab qabul (*sighat*)
 - a) Harus jelas
 - b) Harga dan barang yang disebutkan harus seimbang
 - c) Tidak dibatasi oleh waktu

²² Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 55.

Sedangkan syarat dalam *murabahah* antara lain:²³

- 1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Jual beli secara *murabahah* diatas hanya untuk barang atau produk yang telah dikuasai atau dimiliki oleh penjual pada waktu negosiasi dan berkontrak. Bila produk tersebut tidak dimiliki penjual, sistem yang digunakan adalah *murabahah* kepada pemesan pembelian. Hal ini dinamakan demikian karena penjual semata-mata mengadakan barang untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang memesannya.

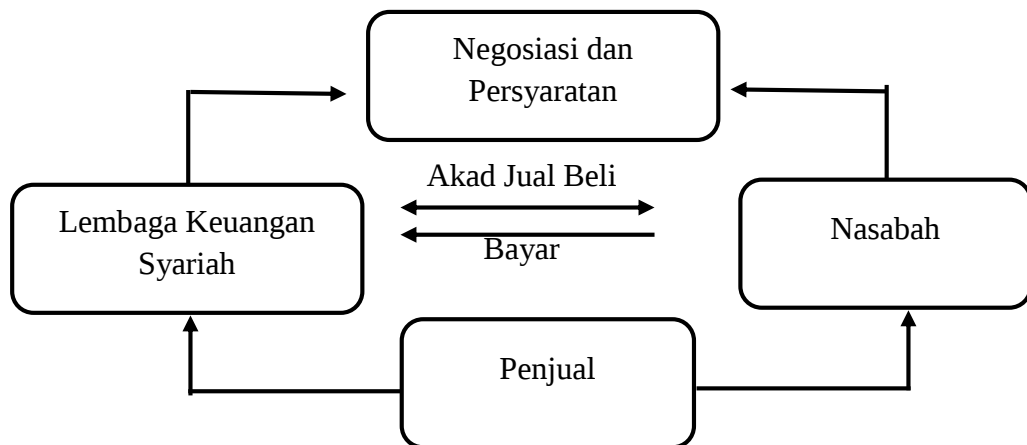
Pembiayaan menggunakan prinsip *murabahah* memiliki manfaat antara lain: adanya keuntungan yang timbul dari selisih harga beli dan harga jual kepada nasabah, bentuk pembiayaannya sederhana sehingga memudahkan administrasi di Bank Syariah. Lembaga Keuangan Syariah menggunakan teknik untuk membiayai proyek-proyek, mereka membeli komoditas untuk kas kemudian menjualnya kepada nasabah dengan biaya ditambah dengan

²³ Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016). Hlm. 25.

keuntungan atas dasar pembayaran tangguhan. Pada Lembaga Keuangan Syariah *murabahah* dipraktekkan dengan cara berikut :²⁴

- 1) Nasabah mengajukan kepada Lembaga Keuangan Syariah untuk melakukan permintaan pembelian terhadap barang-barang eksklusif. Nasabah juga diminta untuk mendiskripsikan spesifikasi barang yang diminta.
- 2) Dalam hal ini Lembaga Keuangan Syariah menyetujui permintaannya, kemudian meminta nasabah yang membeli barang tersebut membuat kesepakatan mengenai *margin* yang ditetapkan.
- 3) Setelah penandatanganan usaha untuk pembelian, Lembaga Keuangan Syariah melakukan pembelian barang yang dibutuhkan.
- 4) Setelah Lembaga Keuangan Syariah telah membeli dan mengambil kepemilikan dari mereka, itu masuk ke dalam kontrak *murabahah* dengan nasabah. kontrak termasuk markup atas biaya barang dan jadwal pembayaran. Lembaga Keuangan Syariah menyerahkan barang ke nasabah sebagai pengganti cek bearing tanggal masa sesuai dengan jadwal pembayaran.
- 5) Untuk menjamin pembayaran harga, Lembaga Keuangan Syariah bisa meminta pembeli untuk memberikan keamanan dalam bentuk jaminan.

²⁴ Lathif, A. A. 2012. *Konsep Dan Aplikasi akad murabahah pada Perbankan Syariah Di Indonesia*. MES. Jakarta. Ahkam: Vol. XII, No. 2. Hlm 69-78.



Gambar 2.2 Skema *Murabahah*

Contoh dalam skema ini untuk seorang pedagang yang hendak membeli barang dagangan melalui pembiayaan *murabahah*. Pedagang tersebut mengajukan permohonan kepada BMT, kemudian BMT membelikan barang tersebut pada supplier, kemudian BMT menyerahkan barang pesanan kepada pedagang dengan tingkat *margin* yang sudah disepakati ketika akad, kemudian pedagang membayar harga barang kepada BMT secara tunai maupun melalui cicilan beserta *margin* yang disepakati.

e. Ketentuan Umum dalam Murabahah

Menurut Syafi'i Antonio, *murabahah* memiliki ketentuan umum, antara lain sebagai berikut :²⁵

1) Jaminan

Pada dasarnya, jaminan bukanlah suatu rukun atau syarat yang mutlak dipenuhi dalam jual beli *murabahah*. Jaminan dimaksudkan untuk

²⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 105-106.

menjaga agar si pemesan tidak main-main dengan pesanan. Si pembeli (penyedia pembiayaan atau bank) dapat meminta si pemesan (pemohon atau nasabah) suatu jaminan untuk dipegangnya. Dalam teknis operasionalnya, barang-barang yang dipesan dapat menjadi salah satu jaminan yang bisa diterima untuk pembayaran uang.

2) Utang dalam *Murabahah*

Secara prinsip, penyelesaian utang si pemesan dalam transaksi *murabahah* tak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan si pemesan kepada pihak ketiga atas barang pesanan tersebut. Apakah si pemesan menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban menyelesaikan utangnya pada si pembeli. Jika pemesan menjual barang tersebut sebelum masa angsurannya berakhir, ia tidak harus segera melunasi semua angsurannya. Seandainya penjualan aset tersebut merugi, contohnya jika nasabah merupakan pedagang juga, pemesan tetap harus menyelesaikan pinjamannya sesuai kesepakatan awal. Hal ini karena transaksi penjualan kepada pihak ketiga yang dilakukan nasabah merupakan akad yang benar-benar terpisah dari akad *murabahah* pertama dengan bank.

3) Penundaan Pembayaran oleh Debitor Mampu

Seorang nasabah yang mempunyai kemampuan ekonomis dilarang menunda penyelesaian utangnya dalam *murabahah* ini. Jika seorang pemesan menunda penyelesaian utang tersebut, pembeli dapat mengambil

tindakan mengambil prosedur hukum untuk mendapatkan kembali uang itu serta mengklaim kerugian finansial yang terjadi akibat penundaan.

4) Bangkrut

Bila pemesan yang berutang dianggap pailit dan gagal menyelesaikan utangnya karena benar-benar tidak mampu secara ekonomi dan bukan karena lalai, kreditor wajib menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup mengembalikan.

3. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

a. Pengertian BMT

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti : zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.²⁶ BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu :²⁷

- 1) *Baitul Tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

²⁶ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 363

²⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009) hlm. 451.

2) *Baitul Maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

BMT merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha UMKM dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga menerima titipan zakat, infak, sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.²⁸

Hingga saat ini status kelembagaan atau badan hukum yang memayungi keabsahan BMT adalah koperasi. Hal ini berarti kelembagaan BMT tunduk pada Undang-Undang Perkoperasian Nomor 17 tahun 2012 dan secara spesifik diatur dalam Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UMKM RI Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasai Jasa Keuangan syariah (KJKS).²⁹

b. Prinsip dan Produk Inti BMT

Dalam kegiatan operasionalnya, BMT menggunakan prinsip bagi hasil, sistem balas jasa, sistem profit, akad bersyarikat dan produk pembiayaan. Masing-masing akan diuraikan sebagai berikut:³⁰

²⁸ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2016) hlm. 26.

²⁹ *Ibid*, hlm. 242-243.

³⁰ Buchari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.18-19

- 1) Prinsip Bagi Hasil, Prinsip ini maksudnya ada pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan BMT, yakni dengan konsep *Al-Mudharabah*, *Al-Musyarakah*, *AlMuzara'ah* dan *Al-Musaqah*.
- 2) Sistem Balas Jasa, Sistem ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembelian barang atas nama BMT, dan kemudian bertindak sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya dengan ditambah mark up. Keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana. Sistem balas jasa yang dipakai antara lain berprinsip pada *Ba'i Al-Murabahah*, *Ba'i As-Salam*, *Ba'i AlIstishna'* dan *Ba'i Bitstaman*.
- 3) Sistem Profit, Sistem yang sering disebut sebagai pembiayaan kebijakan ini merupakan pelayanan yang bersifat sosial dan non-komersial. Nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamannya saja.
- 4) Akad Bersyarikat, adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih dan masing-masing pihak mengikutsertakan modal (dalam berbagai bentuk) dengan perjanjian asing pembagian keuntungan/kerugian yang disepakati. Konsep yang digunakan yaitu *Al-musyarakah* dan *Almudharabah*.
- 5) Produk Pembiayaan, Penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam di antara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu. Pembiayaan tersebut

yakni: Pembiayaan *Murabahah*, Pembiayaan *Bai' Bitsaman Aji*, *Mudharabah*, dan pembiayaan *Musyarakah*.

Dari prinsip dasar di atas dapat kita ungkapkan bahwa produk inti dari *Baitul Maal wat Tamwil* terdiri atas:³¹

1) Produk Penghimpunan Dana.

BMT dalam melaksanakan tugasnya tidak terlepas dari penghimpunan dan penyaluran dana. Dua fungsi ini merupakan bagian dari fungsi manajemen BMT. Dalam hal penghimpunan, prinsip utama yang paling penting adalah bagaimana menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terhadap BMT dan hal ini berkaitan erat dengan kinerja.

a) *Wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki. Prinsip *wadi'ah* ada dua yaitu: *wadi'ah yad dhamanah* dan *wadi'ah yad amanah*.

b) Simpanan Berjangka (*mudharabah*), Prinsip penghimpunan dana yang kedua adalah *mudharabah*. Jenis simpanan *mudharabah* ada dua yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.

2) Produk Penyaluran Dana.

Penyaluran dana dalam BMT adalah suatu transaksi penyediaan dana kepada anggota atau calon anggota yang tidak bertentangan dengan syariah,

³¹ Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil Sebuah Tinjauan Teoritis* (Jakarta: Amzah, 2016), hlm. 35.

juga tidak termasuk jenis penyaluran dana yang dilarang secara hukum positif. Penyaluran dana yang bersumberkan dari dana *Baitul Maal* harus bersifat spesifik, terutama dana yang bersumber dari zakat, karena dana zakat ini sarana penyalurannya sudah ditetapkan secara tegas dalam Alquran, yaitu kepada 8 *Ashnaf*. Sedangkan dana diluar zakat dapat digunakan untuk pengembangan usaha orang miskin, pembangunan lembaga pendidikan, mesjid maupun biaya-biaya operasional kegiatan sosial lainnya. Penyaluran dana memiliki fungsi:

- a) Meningkatkan daya guna, peredaran dan lalu lintas uang anggota atau calon anggota BMT.
- b) Meningkatkan aktivitas investasi BMT.
- c) Sebagai sumber pendapatan terbesar BMT.

c. Kendala Pengembangan BMT

Perkembangan BMT tidak lepas dari berbagai kendala, walaupun tidak berlaku sepenuhnya. Secara umum, kendala tersebut adalah sebagai berikut:³²

- 1) Akumulasi kebutuhan dana masyarakat belum bisa dipenuhi oleh BMT. Pembiayaan yang diberikan BMT belum tentu cukup memadai untuk modal usaha masyarakat.

³² M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012) hlm. 335-336.

- 2) Walaupun keberadaan BMT cukup dikenal, masih banyak masyarakat yang berhubungan dengan rentenir. Hal ini disebabkan masyarakat membutuhkan pemenuhan dana yang memadai dan pelayanan yang cepat, walaupun harus membayar bunga yang cukup tinggi.
- 3) Beberapa BMT cenderung menghadapi masalah yang sama, misalnya nasabah yang bermasalah.
- 4) BMT cenderung menjadi *baitul tamwil* daripada *baitul maal*, yaitu lebih banyak menghimpun dana yang digunakan untuk bisnis daripada mengelola zakat, infak dan sedekah.
- 5) Pengetahuan pengelolaan BMT sangat memengaruhi BMT tersebut dalam menangkap masalah-masalah dan menyikapi masalah ekonomi yang terjadi di tengah-tengah masyarakat sehingga menyebabkan kurangnya dinamisasi dan inovasi BMT.

4. Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM

telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.³³

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. menyebutkan definisi UMKM sebagai berikut:³⁴

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah ataupun usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

³³ Sri Handini, dkk. *Manajemen UMKM dan Koperasi*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019) hlm. 19.

³⁴ Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoprasian. Cetakan VI (2011). Bandung: Citra Umbara. hlm.3.

Jadi, dari beberapa pengertian UMKM diatas bisa disimpulkan bahwa setiap Usaha Mikro Kecil dan Menengah itu memiliki pengertian yang berbeda, yang membedakan diantaranya terletak pada jumlah kekayaan yang dimiliki oleh calon nasabah yang akan melaksanakan transaksi di Lembaga Keuangan Syariah.

b. Peran dan Karakteristik UMKM

Peran UMKM sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta pembangunan ekonomi pedesaan. Namun di lihat dari sumbangannya terhadap PDB dan ekspor nonmigas, khususnya produk-produk manufaktur dan inovasi serta pengembangan teknologi, peran UMKM di negara berkembang relarif rendah, inilah perbedaan paling mencolok dengan UMKM di negara maju. Adapun karakteristik UMKM adalah sebagai berikut:³⁵

- 1) Mempunyai skala kecil, baik model, penggunaan tenaga kerja maupun orientasi pasar.
- 2) Banyak berlokasi dipedesaan, kota-kota kecil atau daerah pinggir kota besar.
- 3) Status usaha milik pribadi atau keluarga.

³⁵ Alila pramiyanti, *Studi Kelayakan Bisnis untuk UKM* (YOGYAKARTA: Media persindi, 2008) hlm.5.

- 4) Sumber tenaga kerja berasal dari lingkungan sosial budaya yang direkrut melalui pola pemagangan atau melalui pihak ketiga.
- 5) Pola kerja seringkali part time atau sebagai usaha sampingan dari kegiatan lainnya.
- 6) Memiliki kemampuan terbatas dalam mengadopsi teknologi, pengolahan usaha dan administrasi sederhana.
- 7) Struktur permodalan sangat terbatas dan kekurangan modal kerja serta sangat bergantung terhadap sumber modal dan lingkungan pribadi.
- 8) Strategi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang sering berubah secara tepat.

Dengan menggunakan kriteria kewirausahaan, UMKM dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu:³⁶

- a) *Livelihood Activities*: UMKM yang termasuk ke dalam kategori ini pada umumnya bertujuan mencari kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Para pelaku usaha di kelompok ini tidak memiliki jiwa kewirausahaan. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia, jumlah UMKM kategori ini adalah yang terbesar.
- b) *Micro Enterprises*: UMKM ini biasanya berupa artisan (pengrajin) dan tidak memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UMKM ini di Indonesia relatif besar.

³⁶ Sri Handini, dkk. *Manajemen UMKM dan Koperasi*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019) hlm.28-29.

- c) *Small Dynamic Enterprises*: Pelaku UMKM jenis ini biasanya memiliki jiwa kewirausahaan. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Jika dibina dengan baik, sebagian UMKM kategori ini akan masuk ke kategori keempat. Jumlah kelompok UMKM ini jauh lebih kecil dari jumlah UMKM pada kategori I dan 2. Kelompok UKM ini sudah dapat menerima pekerjaan sub-kontak dan ekspor.
- d) *Fast Moving Enterprises*: Pelaku UMKM jenis ini memiliki jiwa kewirausahaan yang sebenarnya. Dari kelompok ini, akan muncul usaha skala menengah dan besar.

c. Kondisi UMKM di Indonesia dan Permasalahan yang dihadapi

Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), antara lain meliputi :³⁷

1) Faktor Internal

a) Kurangnya permodalan dan terbatasnya akses permodalan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal

³⁷ Lilis Sulastri, *Manajemen Usaha Kecil Menengah*, (Bandung: LaGood's Publishing, 2016), hlm. 13-17.

pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.

b) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

2) Faktor Eksternal

a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif.

Kebijaksanaan pemerintah untuk menumbuhkembangkan UKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan menengah dengan pengusaha-pengusaha besar. Kendala lain yang

dihadapi oleh UKM adalah mendapatkan perijinan untuk menjalankan usaha mereka. Keluhan yang seringkali terdengar mengenai banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah, ditambah lagi dengan jangka waktu yang lama.

b) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha.

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, tak jarang UKM kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya yang disebabkan karena mahalnya harga sewa atau tempat yang ada kurang strategis.

c) Pungutan liar.

Praktek pungutan tidak resmi atau lebih dikenal dengan pungutan liar menjadi salah satu kendala juga bagi UKM karena menambah pengeluaran yang tidak sedikit. Hal ini tidak hanya terjadi sekali namun dapat berulang kali secara periodik, misalnya setiap minggu atau setiap bulan.

d) Implikasi otonomi daerah.

Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diubah dengan UU No. 32 Tahun 2004, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mempunyai

implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UKM. Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing UKM. Disamping itu, semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

e) Terbatasnya akses informasi

Minimnya informasi yang diketahui oleh UKM, sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap kompetisi dari produk ataupun jasa dari unit usaha UKM dengan produk lain dalam hal kualitas. Efek dari hal ini adalah tidak mampunya produk dan jasa sebagai hasil dari UKM untuk menembus pasar ekspor. Namun, di sisi lain, terdapat pula produk atau jasa yang berpotensi.

Menurut Tulus H. Tambunan, masalah-masalah utama yang menghambat perkembangan atau pertumbuhan UMKM di Indonesia, memiliki rintangan-rintangan yang umum termasuk keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya, keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar dan lainnya, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM) rendah, dan kemampuan teknologi, biaya transportasi dan energi yang tinggi, keterbatasan komunikasi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks, khususnya dalam pengurusan izin usaha, dan

ketidakpastian akibat peraturan-peraturan dan kebijaksanaan-kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas atau tak menentu arahnya.³⁸

Dukungan yang diberikan perbankan syariah dalam pemberian modal melalui pembiayaan dibatasi oleh adanya ketersediaan jaminan yang merupakan salah satu hambatan bagi UMKM dalam mengajukan pembiayaan, Saat ini UMKM di Indonesia per tahunnya mengalami pertumbuhan jumlah yang sangat pesat dengan penyerapan tenaga kerja mencapai lebih dari 90% dari total tenaga kerja di Indonesia dengan didominasi oleh anak muda dan wanita. UMKM di Indonesia mampu menyumbangkan kemajuan pertumbuhan ekonomi nasional dengan ekspornya. Kendala-kendala UMKM di Indonesia adalah sebagai berikut:³⁹

- 1) Teknologi Indonesia belum maju untuk pasaran global.
- 2) Rendahnya keahlian dan kemampuan tenaga kerja.
- 3) Kurangnya pengetahuan strategi bisnis global.
- 4) Kurangnya pengetahuan tentang pasar.
- 5) Terbatasnya dalam mengakses modal.

Daya saing pasar global memang ketat. Dilihat dari kemampuan pengeksporan Indonesia masih kalah dengan negara berkembang lain seperti India. Indonesia belum menguasai strategi pemasaran global sehingga perlu adanya perhatian dari pemerintah untuk melakukan pelatihan kepada pelaku

³⁸ Tulus H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm.45.

³⁹ Lilis Sulastrri, *Manajemen Usaha Kecil Menengah*, (Bandung: LaGood's Publishing, 2016), hlm. 26.

UMKM dalam rangka menambah pengetahuan tentang daya saing pasar global dan strategi pemasaran.

5. Pengembangan usaha

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan. Pengembangan UMKM harus bersifat strategis dan mempunyai dampak jangka panjang, pengembangan haruslah bersifat meningkatkan kemampuan serta produktivitas UMKM, hal ini mengarah pada investasi dan peningkatan kesempatan perluasan usaha.⁴⁰ Untuk mencapai pengembangan usaha yang lebih baik maka diperlukan adanya strategi.

a. Strategi Pengembangan Usaha

Banyak trik yang dapat dilakukan untuk mengembangkan bisnis dalam UMKM. Beberapa diantaranya dapat dilakukan dengan cara berikut :⁴¹

- 1) Mengembangkan citra diri sebagai wirausaha melalui kemampuan berkomunikasi, profesionalisme, kepedulian terhadap karyawan dan lingkungan, serta menjaga penampilan.

⁴⁰ Purdi E Chandra, *Trik Sukses Menuju Sukses*, (Yogyakarta: Grafika Indah, 2000), hlm 21.

⁴¹ Agung Sudjatmoko, *Cara Cerdas Menjadi Pengusaha Hebat*, (Jakarta: Visi media, 2009), hlm. 26.

- 2) Masuk ke lingkungan organisasi profesi bisnis atau perusahaan. Strategi ini akan menambah relasi, informasi bisnis, peluang dan jaringan kerja.
- 3) Peduli dengan lingkungan sekitar perusahaan. Artinya, keberadaan usaha yang dijalankan harus mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat.
- 4) Melakukan kerjasama dengan agen/distributor untuk memasarkan barang dan jasa.
- 5) Menambah jumlah produksi.
- 6) Melakukan kemitraan dengan pihak lembaga keuangan, baik bank maupun non bank.
- 7) Mengembangkan kreasi dan inovasi produk
- 8) Mengembangkan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar dan didasarkan saling menguntungkan ke dua belah pihak. Peningkatan efisiensi usaha, mengingat persaingan usaha semakin tajam, terlebih jika akan menembus pasar dunia.⁴²

Dalam memastikan UMKM memperoleh dukungan struktural yang memadai, bank atau pihak lembaga lain juga dapat melakukan langkah atau strategi dalam membantu mengembangkan usaha pelaku UMKM, antara lain sebagai berikut⁴³ :

⁴² Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008

⁴³ Otoritas Jasa Keuangan, *Bagaimana UMKM & Perbankan dapat sukses di Era disrupsi Ekonomi & Digital*. (Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan, 2020) hlm 64-65.

- 1) Pihak lembaga terlibat melalui program pendampingan kepada nasabah pelaku UMKM sebagai salah satu upaya pihak lembaga dalam menjaga dan meningkatkan kualitas usaha nasabah. Adapun beragam materi pendampingan yang kiranya relevan bagi para pelaku UMKM terdampak antara lain terkait perkembangan ekonomi terkini, strategi bisnis ditengah kondisi pandemi, dan lain-lain.
- 2) Pihak lembaga dapat menawarkan fasilitas konsultasi kepada UMKM yang membutuhkan arahan dan pendampingan dalam menjalankan usahanya. Hal ini terutama berguna bagi para pelaku UMKM yang masih belum melek digital dan belum mampu untuk memanfaatkannya, pendampingan ini kemudian dapat ditingkatkan dengan memberikan konsultasi terkait digitalisasi kepada para pelaku UMKM, misalnya arahan spesifik mengenai cara membuka akun *e-commerce*.
- 3) Perlunya pihak lembaga memberikan penyuluhan terkait dengan kemampuan pemasaran yang baik. Serta diperlukannya teknologi yang tepat guna untuk memenuhi persyaratan kualitas dan permintaan kuantitas produk dari para UMKM yang diinginkan oleh pasar, langkah ini bisa dilakukan oleh pihak lembaga sendiri dalam rangka pemberian penyuluhan dan penerangan terhadap para nasabah sebagai penerima pembiayaan.
- 4) Pihak lembaga harus bisa menekankan kepada para nasabah terkait dengan cara perkembangan usahanya sendiri yaitu harus ada suatu

program yang lebih jelas dan terencana, baik untuk jangka pendek, menengah maupun panjang.⁴⁴

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perkembangan usaha adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan pengusaha agar usahanya dapat menjadi lebih baik, juga mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.⁴⁵

b. Indikator Pengembangan Usaha

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan usaha dapat dilihat dari peningkatan pendapatan penjualan. Suatu usaha dapat dikatakan berkembang apabila modal usaha yang dikeluarkan banyak, usaha yang dijalankan lancar, serta profit/keuntungan dan omzet penjualan yang meningkat, adapun indicator yang dipakai dalam penelitian ini adalah :⁴⁶

1) Modal usaha

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok untuk melakukan usaha. Harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambahkan kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis.

⁴⁴ Retizen.republika.co.id

⁴⁵ Agung Sudjatmoko, *Cara Cerdas Menjadi Pengusaha Hebat*, (Jakarta: Visi media, 2009), hlm.95.

⁴⁶ Muhammad Sholeh, *Analisis strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*, (Semarang:UNDIP, 2008), hlm.25.

Modal usaha terdiri dari tiga macam yaitu: modal sendiri, modal asing (pinjaman), dan modal patungan.

2) Omzet Penjualan

Omzet adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.⁴⁷ Omzet penjualan merupakan akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang/jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam suatu proses akuntansi.⁴⁸ Seorang pengusaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal terutama modal kerja pembiayaan *murabahah* yang diberikan BMT Miftahussalam agar kegiatan usaha anggotanya dapat berkembang.

a) Faktor yang mempengaruhi omzet penjualan, antara lain :⁴⁹

- (1) Kondisi dan kemampuan penjual
- (2) Kondisi pasar
- (3) Kondisi organisasi perusahaan
- (4) Modal.

⁴⁷ Nissa Nurfitriya, Retno Hidayat, *Jurnal Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu*, Vol. 10, No. 6. 2015. Hlm. 4

⁴⁸ Basu Swastha dan Irawan Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta, Liberty: 2008), hlm. 94.

⁴⁹ *Ibid.* Hlm. 406-407.

b) Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan, antara lain :⁵⁰

- (1) Faktor internal, merupakan sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri, yaitu seperti penurunan promosi penjualan, penurunan komisi penjualan, turunnya kegiatan salesman, turunnya jumlah saluran distribusi, dan pengetatan terhadap piutang yang diberikan.
- (2) Faktor eksternal, merupakan sebab yang terjadi karena pihak lain, antara lain seperti perubahan kebijakan pemerintah, bencana alam, perubahan pola konsumen, munculnya pesaing baru, dan munculnya barang pengganti.

⁵⁰ I Komeng Gede Aditya Wiraguna, *Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di PT. Kelapa Gading Denpasar*, Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 13 No. 3 Juni 2016, hlm 138.